



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORAS:**

Samanez Félix, Paola Gloria

Zorogastúa León, Joyce

**ASESOR:**


Mgtr. Enrique Teves Espinoza

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y comercio internacional

**Lima – Perú**

**2018 – II**

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña Samanez Félix, Paola Gloria, cuyo título es: "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Quince).

Lima, San Juan de Lurigancho 06 de Diciembre del 2018

  
 .....  
 PRESIDENTE

  
 .....  
 SECRETARIO

  
 .....  
 VOCAL


Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña Zorogastúa León, Joyce, cuyo título es: "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Quince).

Lima, San Juan de Lurigancho 06 de Diciembre del 2018

  
 .....  
 PRESIDENTE

  
 .....  
 SECRETARIO

  
 .....  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

### **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, en especial a nuestros padres quienes nos brindaron su apoyo en todo momento.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a los docentes de la Universidad César Vallejo en especial al Mg Enrique Abel Teves Espinoza, quien nos apoyó brindándonos los conocimientos necesarios para poder elaborar nuestra tesis y nos guio en el camino para alcanzar el éxito de nuestros objetivos en la carrera de Negocios Internacionales dentro de la universidad.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

### DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, PAOLA GLORIA SAMANEZ FÉLIX, con DNI N° 40535858, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes estimadas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, manifiesto bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, testifico también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son genuinos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento o exclusión tanto de los documentos como de información concurrida por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de diciembre del 2018



Paola Gloria Samanez Félix

DNI 40535858

### **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, JOYCE ZOROGASTÚA LEÓN, con DNI N° 70292694, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes estimadas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, manifiesto bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, testifico también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son genuinos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento o exclusión tanto de los documentos como de información concurrida por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de diciembre del 2018



Joyce Zorogastúa León

DNI 70292694

## **PRESENTACIÓN**

En ejecución del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada “Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017”, que comprende los capítulos de:

Capítulo I: Introducción.

Capítulo II: Metodología: Tipo de investigación, Nivel y diseño de investigación, Variables, Operacionalización, Población, Muestra, Técnica e instrumentos de recaudación de datos, validez y confiabilidad, Método de análisis de datos, Aspectos éticos.

Capítulo III: Resultados: Frecuencia, Prueba de normalidad, Contrastación de hipótesis general, Contrastación de hipótesis específica 1, Contrastación de hipótesis específica 2, Contrastación de hipótesis específica 3.

Capítulo IV: Discusión.

Capítulo V: Conclusiones.

Capítulo VI: Recomendaciones.

Capítulo VII: Referencias bibliográficas.

El objetivo de la presente tesis es “Determinar la relación que existe entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017”, la misma que sugerimos a vuestra apreciación y esperamos que cumpla los requisitos de aceptación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Las autoras.



## ÍNDICE

Página del Jurado .....	II
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Declaratoria de Autenticidad .....	VI
Presentación.....	VIII
Índice.....	IX
Resumen .....	XI
Abstract .....	XII

### **I. INTRODUCCIÓN**

1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos.....	17
1.2.1. Antecedentes Nacionales .....	17
1.2.2. Antecedentes Internacionales .....	20
1.3. Teorías relacionadas con el tema .....	22
1.3.1. Teoría de competitividad .....	22
1.3.2. Teoría de exportación .....	25
1.4. Formulación del problema.....	31
1.4.1. Problema general .....	31
1.4.2. Problemas específicos.....	32
1.5. Justificación del estudio .....	32
1.6. Hipótesis .....	32
1.6.1. Hipótesis general .....	32
1.6.2. Hipótesis específicas.....	33
1.7. Objetivo .....	33
1.7.1. Objetivo general .....	33
1.7.2. Objetivos específicos .....	33

### **II. MÉTODO**

2.1. Tipo de la investigación.....	35
2.2. Diseño de la investigación.....	35
2.3. Nivel de la investigación .....	37
2.4. Variable y operacionalización.....	39
2.5. Población y muestra .....	42
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	43

2.6.1.1. Método de análisis de datos .....	43
2.6.1.2. Instrumentos de recolección de datos .....	43
2.6.2. Validez y Confiabilidad .....	44
2.6.2.1. Validez .....	44
2.6.2.2. Confiabilidad.....	44
2.7. Aspectos éticos.....	45
<b>III. RESULTADOS</b>	
3.1. Prueba de normalidad.....	47
3.2. Contrastación de la hipótesis general .....	48
3.3. Contrastación de la hipótesis específica .....	49
3.4. Contrastación de la hipótesis específica .....	50
3.5. Contrastación de la hipótesis específica .....	51
3.6. Tablas cruzadas Competitividad-Exportación .....	53
3.7. Tablas cruzadas Competitividad-Volumen Exportado.....	54
3.8. Tablas cruzadas Competitividad-Tasa de crecimiento .....	55
3.9. Tablas cruzadas Competitividad-Tratados de Libre Comercio .....	56
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>58</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>61</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>63</b>
<b>VII. REFERENCIAS .....</b>	<b>65</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>71</b>
• Anexo 1 – Instrumentos.....	71
• Anexo 2 – Validación de expertos de instrumentos .....	73
• Anexo 3 – Matriz de Consistencia .....	78
• Anexo 4 – Turnitin .....	83
• Anexo 5 – Evidencias .....	84
• Anexo 6 – Recursos y presupuestos .....	89
• Anexo 7 – Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	90
• Anexo 8 – Autorización de publicación de tesis .....	92
• Anexo 9 – Autorización de versión final del trabajo de investigación.....	94

## **RESUMEN**

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017 para conocer qué factores estaban ocasionando que las exportaciones de espárragos provenientes de La Libertad presentaran una tendencia a la baja, ocasionando así una pérdida de competitividad frente a los competidores de diversos países.

El diseño de la presente investigación es no experimental, dado que en este estudio no se realizó manipulación de las variables competitividad y exportación, dado que se desea analizar ambos para determinar su relación. Además, posee un enfoque cuantitativo, debido a que se analizarán los datos numéricos de las variables competitividad y exportación. La muestra estuvo constituida por 10 empresas dedicadas a la exportación de espárragos dentro de la región La Libertad, el instrumento de recolección de datos fue un cuestionario tipo Likert constituida de 38 preguntas relacionadas a las variables, asimismo a las dimensiones e indicadores dentro de la investigación.

De los resultados obtenidos a través del cuestionario Likert podemos observar la existencia de una correlación de 0.816 entre las variables, indicando un nivel positivo muy fuerte, la significancia 0.04 muestra que es menor a 0.05, lo que permite comprobar que la relación es significativa. Por lo cual, se concluye que existe una relación significativa y directa entre las variables, competitividad se correlaciona con la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

## **PALABRAS CLAVE**

Competitividad, exportación, espárragos, desempeño

## **ABSTRACT**

The general objective of this study was to determine the relationship between competitiveness and export performance of asparagus from La Libertad region to the US market in the period 2014-2017, in order to know what factors were causing exports of asparagus from La Libertad will present a downward trend, causing a loss of competitiveness against competitors from different countries.

The design of the present investigation isn't experimental, given that in this study manipulation of the competitiveness and export variables wasn't carried out, given that it's desired to analyze both to determine their relationship. In addition, it has a quantitative approach, because the numerical data of the competitiveness and export variables will be analyzed. The sample consisted of 10 companies dedicated to the export of asparagus within La Libertad region, the instrument of data collection was a Likert-type questionnaire consisting of 38 questions related to the variables, as well as the dimensions and indicators within the research.

From the result obtained through the Likert questionnaire we can observe the existence of a correlation of 0.816 between the variables, indicating a very strong positive level, the significance 0.04 shows that it's less than 0.05, which allows us to verify that the relationship is significant. Therefore, it's concluded that there's a significant and direct relationship between the variables, competitiveness is correlated with the export of asparagus from La Libertad region to the US market in the period 2014-2017.

**Keywords:** competitiveness, export, performance, asparagus.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

El sector agroexportador ha mostrado una favorable evolución, esto se ve reflejado en las ganancias que se obtuvieron gracias a este.

El Comercio (2015) afirma que “el sector agroexportador continúa su crecimiento. Las exportaciones agrarias sobrepasaron los US\$3,046 millones, y la balanza comercial agropecuaria alcanzó un superávit equivalente a 361 millones” (El Comercio, 2015, párr.8).

Se puede observar que la agroexportación ha ido creciendo en el desarrollo de los años, esto se debe al apoyo del estado y los incentivos brindados a los agricultores, ya que se les brindó información de cómo realizar agroexportaciones, lo que trajo consigo mayores volúmenes de exportación para el sector, beneficiando así a las principales regiones del Perú que se dedican a producir y exportar productos agrícolas potenciales de exportación, entre los cuales podemos mencionar las frutas y hortalizas, destacando entre las frutas las uvas, los arándanos y entre las hortalizas las alcachofas y el espárrago. Por otro lado, también se mejoró el rendimiento del cultivo gracias al mayor uso de tecnología, así como el uso de sistemas con un mayor nivel de eficiencia y el conocimiento ganado de las empresas dedicadas al cultivo.

Además, cabe resaltar que uno de los principales productos estrellas de la agroexportación es el espárrago, hortaliza que ha ayudado al notable crecimiento del sector agroexportador debido a que su valor exportado había mostrado en años anteriores un excelente desempeño.

RPP (2015) afirma que “de este total, un 85% es representado por las agroexportaciones no tradicionales” (RPP, 2015, párr.2).

El espárrago a lo largo de los años se ha posicionado entre los más importantes productos de agroexportación a diversas partes del mundo por su valor nutricional y el aumento en la demanda de los principales importadores.

Entre los principales países que consumen esta hortaliza tenemos a Estados Unidos, quien no solo es importador de espárragos sino que también exportador, debido a que ellos utilizan una parte del volumen que importan para el consumo en el país y otra parte del volumen se dedican a darle valor agregado a los espárragos, teniendo así productos como crema de espárrago, hamburguesa de bacalao y espárrago, comida de perros a base de espárragos, entre otros productos novedosos para países que demandan el espárrago para su consumo.

La investigación de Gestión (2015) señala que “Perú es el primer exportador mundial de espárragos frescos con 35% del volumen total exportado en el 2014, seguido de México con 34%” (Gestión, 2015, párr.9).

Como se menciona anteriormente, Perú era el principal exportador de espárragos frescos durante el año 2014 y también durante años anteriores, esto se debía al aumento de áreas de cultivo que se dieron hace algunos años atrás, razón por la cual la producción y exportación de esta hortaliza había alcanzado altos volúmenes y con ello el crecimiento también de varias empresas de la región La Libertad, debido a que la mayoría de empresas dedicadas a exportar a Estados Unidos son provenientes de ese lugar.

Debido a la diversidad de climas en el Perú, este cuenta con varias ciudades dedicadas a la producción del volumen de exportación, como también dedicadas al volumen a comercializar a nivel nacional.

Mediante el estudio realizado por Gestión (2015), confirma que “el 55% del espárrago es sembrado en la costa norte (La Libertad, Ancash, Lambayeque y Piura), y el 45% restante se siembra en la costa central (Ica y Lima)” (Gestión, 2015, párr.6).

En la costa norte del Perú se cultiva más espárrago debido a que el clima debe ser templado para la cosecha, ya que el espárrago no resiste los cambios bruscos de clima y en el caso de los espárragos verdes necesitan estar expuestos al sol para lograr obtener su color característico.

Tenemos así entre las regiones que poseen un mayor volumen de producción a la región La Libertad, la cual cuenta con 27 empresas esparragueras, así como de diversos productos agrícolas también.

Sin embargo, el espárrago cuenta con diversos mercados exportadores que se dedican a la producción y posterior exportación de éste, siendo éstos competencia para el mercado peruano.

Según Gestión (2015), afirma que “México encabeza los envíos de espárragos frescos a Estados Unidos con 57%, seguido por Perú con 42% del total” (Gestión, 2015, párr. 10).

Anteriormente se había mencionado que, en el año 2014, Perú se colocó en la primera posición de exportación de espárragos, algo que cambiaría para el 2015 debido a que México amplió sus áreas de producción gracias a sus inversionistas, además de utilizar sistemas eficientes para el cultivo y la tecnología, acompañado de precios relativamente bajos de logística al ser un país fronterizo con Estados Unidos, razones por la cual México logra posicionarse como el principal exportador.

La problemática del presente estudio es contrastada con Gestión (2015), haciendo mención de que “en el 2014 las exportaciones de espárragos en conservas llegaron a los US\$ 149 millones, 1% más en comparación al 2013. En los dos periodos, el volumen exportado disminuyó” (Gestión, 2015, párr.19).

Se observa que no solo los espárragos frescos bajaron su volumen de exportación, sino que también la presentación de espárragos en conserva estuvo a la baja debido a la ventaja competitiva con la que cuenta México respecto a Perú en cuanto a precios logísticos y menor tiempo de entrega, además del mayor volumen que lograron producir para abastecer al mercado estadounidense.



Por otro lado, Gestión (2015) indica que esta disminución se da por muchos factores: el avejentamiento de algunas plantaciones, lo necesario que es dejar descansar a los campos y por los efectos desfavorables del Fenómeno del Niño (Gestión, 2015, párr.21).

Es por ello que se observa una relación entre las exportaciones y la pérdida de competitividad de espárragos de La Libertad, debido a que La Libertad se haya en la costa norte del Perú, siendo la costa norte uno de los sectores de producción de espárragos más afectados por este Fenómeno del Niño, además cabe destacar de que La Libertad es una de las ciudades que resultó más afectada debido a este fenómeno que ocasionó bruscos cambios de clima, haciendo así que el cultivo de espárragos se estancara y así se obtuvo un menor volumen para exportación. Además, así como el factor climático influye en la pérdida de competitividad del espárrago de La Libertad, competimos contra el mercado mexicano, un mercado que a lo largo de los años ha incrementado su nivel de producción y se ha logrado posicionar como principal exportador a Estados Unidos gracias a sus precios logísticos, asimismo también logró este posicionamiento gracias a la reducción del volumen exportado de espárragos peruanos y una serie de implementación de ventajas competitivas.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. Antecedentes Nacionales**

Anaya (2017) en su tesis “SITUACIÓN ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGO (*Asparagus officinalis*) EN EL PERÚ”, para obtener el título profesional de Ingeniero Agrónomo. Universidad Nacional Agraria La Molina, tiene como objetivo mostrar aspectos relacionados al proceso de comercialización. La metodología usada es de carácter descriptivo y la muestra fueron las empresas exportadoras de espárragos en Perú.

Anaya (2017) llegó a la conclusión de que el espárrago es el principal producto agrícola de exportación no tradicional simbolizando el 27% del valor total de las exportaciones a nivel nacional (p. 44).

El autor obtuvo como resultado que en años anteriores el espárrago se llegó a posicionar como el principal producto agrícola de exportación debido a su valor total de exportaciones alcanzado en los últimos años, algo que se dio gracias a la aplicación de sus ventajas competitivas. En años anteriores, Perú no tenía competidores potenciales en cuanto a exportación de espárragos, por lo cual se había invertido en nuevas plantaciones, áreas, tecnologías para siembra, entre otros, pero al aparecer México como país competidor potencial y debido a factores como escasez de plantaciones debido a que nuestras plantaciones empezaron a marchitarse debido a que su tiempo de duración ya había pasado, además del brusco cambio climático producido por el fenómeno de El Niño, nos hizo retroceder del primer lugar al segundo.

Alburqueque (2014) en su tesis “FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA INTERNACIONAL DEL ESPÁRRAGO FRESCO DEL PERÚ, PERIODO 1992-2013”, para obtener el título de economista. Universidad Privada Antenor Orrego, tiene como objetivo general demostrar que los factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú durante el periodo 1992-2013, fueron el precio del espárrago peruano, precio del espárrago de otros orígenes y los ingresos de los consumidores del exterior. La metodología es cuantitativa, correlacional con corte transversal y la muestra fue la información de las exportaciones de espárrago fresco peruano en el periodo 1992-2013.

Alburqueque (2014) concluye que se evidencia que el principal producto suplente del espárrago fresco peruano es el espárrago fresco mexicano, un aumento en el precio de México podría ocasionar que se incremente la demanda de espárragos peruanos (p. 53).

El autor obtiene como resultado que, al competir con México, la única ventaja competitiva que tenemos durante 1992 al 2013 son los precios. Perú estaba posicionado en primer lugar debido a que sus precios de producción eran menores que los de México, razón por la cual ofrecía a Estados Unidos precios atractivos, ayudando así al incremento del volumen de exportación de

esta hortaliza. Pero esto tiene un repentino cambio cuando México durante el año 2015 baja su precio gracias a sus nuevos sistemas eficientes de cultivo, logrando así obtener menores precios de producción.

Larco (2015) en su tesis “Determinantes de la oferta exportable de espárrago fresco de la economía peruana: periodo 2005-2013”, para obtener el título profesional de economista. Universidad Nacional de Trujillo, cuyo objetivo general es identificar los determinantes de la oferta exportable de espárrago fresco peruano: periodo 2005-2013. La metodología usada es de carácter no experimental, de alcance explicativo y la muestra es el comportamiento de las variables comprendidas en el periodo 2005 hasta el 2013.

Larco (2015) concluye que Perú cuenta con una ventaja competitiva respecto a otros países gracias a que posee productividad todo el año, y a las preferencias arancelarias brindadas a EEUU y Unión Europea (p. 65).

El autor obtiene como resultado en su investigación que durante los años del 2005 al 2013, Perú cuenta con una ventaja competitiva en cuanto a la exportación de espárragos debido a que su estacionalidad se da durante todo el año gracias a que contamos con varias ciudades con climas adecuados para la producción de esta hortaliza, además de que el mercado estadounidense está aumentando su demanda gracias a la tendencia que tienen ellos de consumir productos saludables que contribuyan al bienestar de su salud. Cabe resaltar que el consumo frecuente de espárragos ayuda a mantener la piel saludable, mejora la circulación de la sangre, brinda protección contra el cáncer, fortalecen el cerebro, reducen problemas arteriales y ayudan a prevenir problemas al dar a luz en caso de las madres gestantes. Además, otra ventaja con la cual contábamos era nuestros precios bajos respecto a la competencia debido a que contamos con el Tratado de Libre Comercio que nos da preferencias arancelarias, logrando así el incremento de la demanda durante estos años.

### **1.2.2. Antecedentes Internacionales**

Böttger (2016) en su tesis “Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos”. Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar el título de Ingeniera en Agronegocios en el Grado Académico de Licenciatura. Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano Honduras, tiene como objetivo analizar el impacto en el cambio de las exportaciones de Perú a Estados Unidos después de firmado el TLC EE. UU – Perú. La metodología usada es de carácter teórico-empírico y la muestra es el Perú.

Böttger (2016) concluyó que Perú se afianzó como el primer exportador de espárrago a EEUU con una superioridad sobre México de 20,966 toneladas métricas durante el 2013 (p. 9).

El autor obtiene como resultado que gracias al incremento en los volúmenes de exportación de espárragos se obtuvo un incremento en el sector agroexportador, además de posicionar al Perú como primer exportador de espárrago hacia Estados Unidos, esto se debe gracias a las preferencias arancelarias con las que cuenta Perú al entrar en vigencia el Tratado de Libre Comercio. Además, gracias a que Estados Unidos importa nuestro espárrago de La Libertad y lo exporta con un valor agregado, esto ha generado un crecimiento en su PBI, logrando así incrementar la demanda y haciendo así que nuestros volúmenes hayan ido incrementando hasta el año 2013. En cuanto a la producción de espárragos mexicanos, ellos no significaban una fuerte competencia debido a que sus precios de producción eran mayores a los nuestros y pese a sus bajos costos logísticos, seguíamos contando con la ventaja competitiva en precios de producción, además de la calidad que se ofrecía al mercado estadounidense.

Arias (2011) en su tesis “Exportación de espárrago en conserva, procesado en la provincia de Pichincha y dirigido al mercado español bajo la certificación de Comercio Justo”, para optar el grado académico de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales. Universidad de las Américas de Quito, cuyo objetivo es examinar la viabilidad de venta en el mercado español

de espárragos en conserva sembrados e industrializado en el Ecuador bajo las prácticas de Comercio Justo. La metodología es aplicativa y la muestra fue España.

Arias (2011) concluye que

la oferta de espárragos en el Ecuador ha tenido una tendencia creciente de aproximadamente el 10% en el período 2000- 2008 debido a la aceptación que ha tenido en mercados especialmente europeos que optan por productos agrícolas naturales y de alto nivel nutricional. (Arias, 2011, p. 56)

La autora obtiene como resultado que, durante su investigación de la oferta de espárragos en el país de Ecuador, se ha visto un incremento en cuanto a exportación en diversos mercados internacionales, resaltando el mercado europeo ya que al igual que el mercado estadounidense ellos se interesan en consumir productos agrícolas que tengan beneficios para conservar su salud. A diferencia del Perú, Ecuador cuenta con limitadas áreas de producción, sin embargo, su mercado ha crecido gracias a que la demanda de espárragos ha logrado crecer a nivel mundial durante estos años, siendo de mayor preferencia el peruano por su calidad y por el precio competitivo frente a los demás mercados.

Ríos (2004) en su tesis “Análisis de la estructura nacional e internacional de la Producción y Comercialización del Espárrago”, para obtener el grado de maestría en Economía con especialidad en Economía Industrial. Universidad Autónoma de Nuevo León, tiene como objetivo establecer diferentes escenarios (comerciales) dentro del modelo que muestren diferentes panoramas comerciales. La metodología empleada es no experimental, de corte transversal-descriptivo.

Ríos (2004) concluye que el mercado para realizar comercio es el de USA, ya que México produce espárrago sin poseer una clara visión comercial y porque USA lo adquiere (p. 152).

El autor obtiene como resultado que México no ha implementado estrategias competitivas para lograr mejorar sus exportaciones con Estados Unidos, además de que no busca oportunidades comerciales con la Unión Europea con quien puede llegar a concretar exportaciones debido a que no hay barreras comerciales con ellos, siendo esto una ventaja competitiva si es que negociaran con este nuevo mercado. Relacionándolo con el caso de Perú con Estados Unidos, si la pérdida que competitividad que ha presentado Perú en estos últimos 4 años sigue constante, se debería estudiar si es factible dirigirnos hacia otros nuevos mercados como la Unión Europea o Asia para lograr mayores utilidades para cada empresa exportadora ubicada en La Libertad, además de lograr implementar mayores estrategias competitivas para hacer crecer a sus empresas a nivel internacional.

### **1.3. Teorías relacionadas con el tema**

#### **1.3.1. Teoría de competitividad**

En esta investigación se ha propuesto dar a conocer competitividad de la exportación de espárragos mediante la realización de un análisis que nos permitirá determinar si se presentó pérdida o incremento de competitividad, para lo cual es necesario contar con un concepto o definición veraz y precisa con respecto a nuestra variable.

Porter (2013) define competitividad como la suficiencia poseída por una organización, pública o privada, de conseguir y preservar ventajas competitivas para obtener, mantener e incrementar su posicionamiento en el mercado (p. 251).

Es por ello, que actualmente las empresas en un afán de ganar mayor competitividad dentro del mercado internacional buscan incrementar su producción, mejorar sus productos dándoles un valor agregado, lo cual permite obtener la diferenciación dentro del mercado, ya que, ofreciendo mejores productos, de mayor calidad, y reduciendo los costos de producción, podemos lograr obtener una mayor rentabilidad en el mercado con respecto a nuestros competidores.

## **Dimensión 1: Productividad**

Porter (2004) define que la productividad es dependiente del valor de los bienes y servicios producidos a medida de los precios de mercado y la eficiencia para su producción (p. 31).

Es decir, una empresa es tan productiva como la capacidad con la que utilice los recursos que posee, es por ello que, para obtener una mejor capacidad productiva, la empresa debe contar con una constante innovación tecnológica, mejorando los productos así su producción con eficacia y eficiencia, sin descuidar ningún otro factor productivo.

Además de Porter, hay otros autores quienes también brindan diversos conceptos acerca de la productividad debido a que este va evolucionando con el paso de los años.

García (2010) describe productividad “como una mejora empresarial, a mayores estándares de calidad, productividad y niveles de eficiencia en los procesos, finalmente obtendremos precios más competitivos” (p. 12).

Cabe resaltar la importancia de la productividad ya que incrementando esta podemos cumplir con los requerimientos de nuestro cliente potencial y de esta manera alcanzar las metas trazadas de exportación. Por ejemplo, en el caso de nuestra producción de espárragos, debemos cubrir la demanda del mercado estadounidense. Nuestro país cuenta con reconocimiento internacional por su alta calidad y buen sabor además cumplimiento con los rigurosos estándares de calidad requeridos por el mercado estadounidense, que incrementan cada vez más su nivel de exigencia.

## **Dimensión 2: Ventajas competitivas**

Respecto a ventajas competitivas, podemos observar que las definiciones de este término son limitadas y son a base de la competitividad. Michael Porter, da el concepto de ventajas competitivas en una de sus publicaciones que a continuación presentamos.

Porter (2008) define que la ventaja competitiva podría colaborar con la posición de costo de relatividad de los negocios y establecer una diferenciación (p. 51).

Dentro de la dimensión de ventajas competitivas, el autor Porter menciona que estas se dividen en liderazgo de costos, diferenciación y segmentación, los cuales se definirán a continuación.

Porter (2013) explica que el liderazgo en costos demanda edificar construcciones eficientes, disminución de costos empleando la experiencia, una estricta inspección de gastos variables y fijos (p. 78).

Esto quiere decir que el autor recomienda que para obtener el liderazgo en costos globales en cuanto a la exportación de espárragos se debe de contar con construcciones de instalaciones eficientes, además de reducir costos a través de la experiencia de años anteriores en diversas áreas de la empresa.

Porter (2013) explica que la diferenciación está basada en discernir el producto o servicio a entregar, obteniendo algo percibido como excepcional en la industria (p. 80).

En el caso de la exportación de espárragos, el mercado estadounidense es bastante riguroso con la elección del producto que va a consumir. El público al cual se dirigen las empresas liberteñas es un público exigente y práctico, ya que éste busca una presentación de espárragos frescos que sea fácil de consumir o preparar en diversos platillos, por la cual la diferenciación en este aspecto es de suma importancia.



Porter (2013) explica que la segmentación se concentra en un conjunto de clientes, una sección de determinados productos o un mercado geográfico. Similar a la diferenciación admite diferentes modalidades (p. 81).

Relacionando este concepto con la exportación de espárragos, se conoce que el público al cual se dirigen las empresas peruanas es el estadounidense, un mercado que exige calidad, un producto que se diferencie de los demás y práctico para el consumo propio, por lo cual, mediante el uso de las ventajas competitivas mencionadas por el autor, se conseguirá una mejora en la competitividad que ha presentado pérdida en estos últimos 4 años.

### **1.3.2. Teoría de exportación**

La exportación es realizar comercio de bienes o servicios de manera legal. Las exportaciones son vistas como oportunidades de negocio, ya que, en países como Perú, contamos con diversidad de productos agrícolas con propiedades nutricionales, los cuales no son consumidos con frecuencia en el mercado peruano, a diferencia de otros mercados que no cuentan con este tipo de productos, pero buscan que países productores les vendan de estos productos necesarios para su salud.

Según Ventura (2011) define exportación como el envío de un bien o servicio desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legal de bienes y/o servicios trasladados de un país a otro (párr.15).

La exportación de espárragos ha ido creciendo internacionalmente durante estos últimos años. Perú es uno de los fundamentales productores de esta hortaliza, pero mantenerse como uno de los principales exportadores a diversos mercados es una tarea difícil debido a que el mercado estadounidense y europeo son mercados muy estrictos en cuanto a reglas de ingreso del producto a su país.

Según Osorio (2006) la exportación es una operación que requiere la salida de mercancías de un territorio aduanero, provocando como contraprestación una entrada de divisas (p. 167).

Cabe destacar que la exportación es un proceso de suma importancia, ya que, sin él, el Perú solo se dedicaría al comercio nacional de espárragos y no tendría rentabilidad, sin embargo, existe la exportación, por lo cual podemos realizar envíos de nuestros espárragos hacia diversos mercados que saben de la excelente calidad y sabor que poseen estas hortalizas, asimismo que conocen de la tarifa baja en cuanto a precio del producto.

González (2013) define exportación como “el proceso de la venta y transporte de bienes o servicios a un país distinto del de procedencia o fabricación de la mercancía, generalmente con la intención de ser vendidos en dicho país de destino” (p. 45).

Se debe tomar en cuenta que, para lograr enviar nuestros espárragos hacia Estados Unidos, se requiere de permisos requeridos por aduanas del país de destino para evitar imprevistos en la llegada al país destino, ya que existen casos de algunas empresas, que al no cumplir con los reglamentos establecidos han tenido que retirar o dejar en abandono legal sus productos, generando como consecuencia pérdida para la empresa no solo monetaria, sino también de confianza con el importador, además de ir perdiendo competitividad como empresa debido a estos errores.

Por otro lado, las dimensiones que miden la exportación son las siguientes: volumen exportado, tasa de crecimiento y tratados de libre comercio, posteriormente explicados en las siguientes líneas.

## **Dimensión 1: Volumen exportado**

La dimensión volumen exportado mide la exportación.

BCRP (2011) define “el volumen de exportaciones como las exportaciones expresadas en una medida física de valor (toneladas p.ej.)” (p. 214).

Relacionando la concepción al contexto de exportación, el volumen exportado es un factor que nos ayudará a realizar un análisis de cuanto volumen en toneladas se envió al mercado estadounidense y cuanto valor tuvieron los espárragos dentro de este mercado durante los 4 años de estudio.

Dentro de la dimensión de volumen exportado, se utilizó el indicador valor exportado para la medición de esta. A continuación, se muestra la definición de valor en el presente contexto.

Osorio (2006) define valor “es el precio normal que se estima en el momento de exigir los derechos de aduaneros, el valor de las mercancías importadas con destino a consumo” (p. 327).

En la presente investigación, el concepto de valor sería el precio FOB de los espárragos hacia Estados Unidos, ya que la mayoría de empresas peruanas suelen emplear el incoterm FOB debido a que es el más factible para estas, esto se debe a que, con este incoterm solo deben asumir los costos de transporte de los espárragos hasta el puerto de origen y los compradores estadounidenses deben hacerse cargo de los costos de flete y seguro, además de la demás logística presente durante el proceso de envío.

Entrando en detalle, se analizará la definición de valor exportado, uno de nuestros indicadores que miden el volumen exportado.

Hinkelman (2011) define el valor de exportación como el valor abonado o por abonar de una mercancía (p. 575).

Como anteriormente se había explicado, el valor de exportación dentro del presente contexto sería el valor FOB del volumen de espárragos a exportar al mercado estadounidense. Se busca medir este valor ya que este determina si la exportación de esta hortaliza está en incremento o en disminución, después de determinar su situación se deberá analizar los factores del porque se está presentando el incremento o la disminución y plantear alternativas de solución de acuerdo a la situación.

## **Dimensión 2: Tasa de crecimiento**

La tasa de crecimiento económico es definida como el volumen de ventas o la cifra de negocios. Tasa porcentual la que incrementa anualmente la producción total de una economía dentro de un determinado período (Economía, 2006, párr. 1).

Relacionando el concepto al contexto exportación, los indicadores de esta dimensión se dividen en crecimiento anual de exportaciones y participación porcentual de EEUU en la exportación para lograr medir la tasa de crecimiento durante los años estudiados. La tasa de crecimiento es un factor importante en este proyecto de investigación ya que es mediante el análisis de esta dimensión que podemos determinar si se ha producido un crecimiento o una disminución en las exportaciones.

Cuando hablamos de tasa de crecimiento, también se ve relacionado con el crecimiento económico, debido a que, gracias a la exportación, el país va obteniendo un crecimiento económico.

Osorio (2006) define crecimiento económico como

el proceso económico mediante el cual un país puede proporcionar a sus ciudadanos un volumen per cápita, creciente de bienes y servicios. La medida global más común del crecimiento económico es el porcentaje anual de aumento del Producto Bruto Nacional o del Producto Bruto Interno. El crecimiento

económico expresa la expansión de la fuerza de trabajo, del capital, del volumen de comercio y del consumo. (Osorio, 2006, p. 128, 129)

Gracias al incremento del valor de exportación, se genera crecimiento económico. Como menciona el autor, este se puede observar a través del aumento porcentual del PBI, además del aumento de comercio, mayores oportunidades de trabajo, el aumento de indicadores tales como la balanza comercial, la cual va a contribuir en el alza dentro del estándar de vida de los peruanos y a una mayor producción. En el caso de la producción ayudará a incrementar la productividad de diversos productos, entre ellos los que están dentro del sector agroexportador, aumentando así la demanda de productos como el espárrago en diversos países del mundo, entre los cuales resaltan Estados Unidos, Japón y Alemania debido a que estos se preocupan mucho por su salud, buscando consumir siempre lo más saludable, además cabe destacar que en estos países se fomenta mucho la tendencia vegana, razón por la cual se consumen cada vez más hortalizas como el espárrago, el cual cuenta con propiedades maravillosas para curar enfermedades y también para prevenir estas con eficacia.

A continuación, se definirá también el crecimiento del mercado, ya que está relacionado en el contexto de tasa de crecimiento, debido a que se busca medir cual ha sido el crecimiento del mercado de La Libertad en cuanto a la exportación de espárragos.

Osorio (2006) define crecimiento del mercado como el “incremento en el número de unidades vendidas de un producto o servicio con respecto al periodo anterior” (p. 128).

Dando contexto en la presente investigación, podríamos definir crecimiento de mercado como el aumento de toneladas o kilos vendidos de espárragos hacia el mercado estadounidense. Como se había mencionado anteriormente, durante años anteriores a los de estudio, se observó que la exportación de espárrago tenía un buen posicionamiento en el mercado estadounidense gracias a factores como el nutricional, además de contar con la ventaja competitiva del

liderazgo en costos, sin embargo a lo largo de la presente investigación buscamos determinar si este crecimiento sigue en pie o si efectivamente se observa una pérdida en la competitividad de la exportación de espárragos por parte de las empresas liberteñas.

### **Dimensión 3: Tratados de Libre Comercio**

Acuerdos comerciales del Perú (2017) los definen como un convenio comercial entre dos o más países para el otorgamiento de preferencias arancelarias recíprocas y reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios (p. 1).

Relacionando este concepto con la exportación de espárragos, el TLC conforma parte fundamental en esta debido a que, gracias al TLC se obtuvieron preferencias arancelarias, asimismo aduanas de Estados Unidos brinda mayores facilidades y acceso para que empresas peruanas logren ingresar sus productos, en especial los espárragos, que es un producto fresco y perecible, sin problemas.

El Perú decidió negociar de forma independiente y separada la firma del TLC con EE. UU al igual que lo hizo anteriormente con países como Colombia y Ecuador. Esto debido a que cuenta con menores productos agrícolas sensibles en comparación a estos países.

Este Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos podría generar la disminución de la mano de obra poco calificada, sin embargo, genera mayores ganancias que costos para el Perú.

Osorio (2006) define Tratado de Libre Comercio como un acuerdo entre dos o más países para instituir normas que favorezcan el comercio entre ellos (p. 317).

Los Tratados de Libre Comercio son útiles porque brindan mayores facilidades en el comercio entre aquellos países que firman el tratado, respetando también los derechos de la constitución de cada país o estado.

En el Tratado de Libre Comercio Perú – EEUU se busca incrementar el flujo comercial entre ambos países, además de eliminar las barreras arancelarias y también las no arancelarias para así permitir el ingreso de mayores productos de diversos sectores (como el sector pesquero, ganadero, agroexportador, entre otros). Además, este busca reducir las restricciones de aduanas de Estados Unidos, para que así este permita un más fácil acceso a productos peruanos con valor agregado, generando así un mayor crecimiento económico para el Perú.

Osorio (2006) define arancel como una nomenclatura oficial para clasificar mercancías con su respectiva determinación de gravámenes para su exportación o importación (p. 20).

Cabe mencionar al arancel debido a que uno de nuestros indicadores son los beneficios arancelarios. Dando contexto en este marco, los beneficios arancelarios se pueden definir como reducir los aranceles o tener preferencias arancelarias dentro de un acuerdo comercial, en este caso el Tratado de Libre Comercio Perú – EEUU. Un beneficio arancelario otorgado a Perú mediante la negociación de este acuerdo fue la desgravación del ad valorem, además de brindar acceso preferencial a productos textiles tanto como agrícolas, dentro de los cuales podemos encontrar los espárragos en sus diferentes presentaciones.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **1.4.1. Problema general**

- ✓ ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017?

##### **1.4.2. Problemas específicos**

- ✓ ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017?

- ✓ ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017?
- ✓ ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio de espárragos con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017?

### **1.5. Justificación del estudio**

Se justifica teóricamente porque la realización de este estudio va a contribuir al análisis de la pérdida de competitividad de entidades exportadoras de espárragos ubicadas en la región La Libertad que se ha observado durante estos últimos 4 años, además ayudará a conocer los factores que llevaron a dichas empresas a la pérdida de competitividad.

Se justifica de manera práctica ya que la investigación pretende argumentar la relación existente entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, además de demostrar la repentina baja en valores exportables que tuvieron las empresas de la región La Libertad al exportar espárragos hacia Estados Unidos.

Se justifica metodológicamente debido a que la investigación es de método correlacional, se tiene dos variables que son la competitividad y la exportación, en el presente proyecto se apreciará el desempeño de las exportaciones de espárragos y se darán a conocer los factores que contribuyeron a la pérdida de competitividad de la exportación de espárragos.

### **1.6. Hipótesis**

#### **1.6.1. Hipótesis general**

- Existe relación entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.



### **1.6.2. Hipótesis específicas**

- Existe relación entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- Existe relación entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- Existe relación entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

### **1.7. Objetivo**

#### **1.7.1. Objetivo general**

- Determinar la relación que existe entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

#### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Determinar la relación que existe entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- Determinar la relación que existe entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- Determinar la relación que existe entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

## **II. MÉTODO**

## **2.1. Tipo de la investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2006) definen investigación como un grupo de procedimientos metódicos, claves y experimentales que son aplicados para el estudio de un problema. Dentro de la investigación tenemos dos enfoques, los cuales son el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, ambos tienen la finalidad de generar conocimiento, sin embargo, cada uno cuenta con sus propias características (p. 4).

El enfoque cualitativo es guiado por relevantes temas de investigación. No obstante, este enfoque podría plantear preguntar y plantear hipótesis antes durante o después de recaudar y observar datos (Hernández *et al.*, 2006, p. 4).

Por otro lado, el enfoque cuantitativo es progresivo y demostrativo, cada fase antecede a la siguiente, por lo cual no se evaden pasos y a pesar de que el orden sea exacto, se permite redefinir alguna frase. Cuando se delimita una idea se originan objetivos e interrogantes de la investigación para poder construir un marco teórico. De estas preguntas se establecerá la hipótesis y también las variables del presente contexto, estas últimas se medirán mediante estadística y así se podrán obtener conclusiones (Hernández *et al.*, 2006, p. 4).

La presente investigación posee un enfoque cuantitativo, esto se debe a que, en esta investigación se analizarán los datos numéricos de las variables competitividad y exportación, además estas serán medidas mediante la recolección de información realista a través de la realización de una encuesta a las empresas liberteñas exportadoras de espárragos.

## **2.2. Diseño de la investigación**

Hernández *et al.* (2006) determinan que la investigación cuantitativa se clasifica en dos: investigación experimental y no experimental (p. 121).

La investigación experimental se segmenta en pre experimentos, experimentos puros y cuasi experimentos mientras que la no experimental se ramifica en diseños transversales y diseños longitudinales (Hernández *et al.*, 2006, p.129).

Hernández *et al.* (2006) explican que los pre experimentos consisten en emplear un tratamiento a una agrupación, al cual posteriormente suministrarán una medición de una o más variables para analizar el nivel del grupo en que está (p. 141).

Hernández *et al.* (2006) explican que en experimentos puros son estudios donde se alteran de manera intencional una o más variables independientes, con el fin de analizar las consecuencias (p.129).

Hernández *et al.* (2006) explican que los diseños cuasi experimentales son alterados de manera deliberada al menos en una variable independiente para posteriormente analizar su efecto sobre una o más variables dependientes (p. 129).

La investigación no experimental estudia y analiza los fenómenos en su entorno natural (Hernández *et al.*, 2006, p.153).

El diseño de esta investigación es no experimental porque no se realizó adulteración de las variables competitividad y exportación, ya que se busca analizar ambos para determinar su relación.

Los diseños longitudinales son investigaciones que recolectan información en diversos momentos en el tiempo (Hernández *et al.*, 2006, p. 159).

Según Hernández *et al.* (2006) “los diseños longitudinales se dividen en tres tipos: diseños de tendencia, diseños de análisis evolutivo de grupos(cohorte) y diseño de panel” (p. 159).

Los diseños longitudinales de tendencia observan cambios al paso del tiempo en variables de alguna población, ya que puede estudiar a toda esta o una muestra de ella cada vez que mida la relación entre estas. (Hernández *et al.*, 2006, p. 160).

Los diseños longitudinales de análisis evolutivo de grupos(cohorte) son aquellos encargados de examinar la evolución de grupo a través del tiempo. (Hernández *et al.*, 2006, p. 160).

Los diseños longitudinales de panel sirven para estudiar poblaciones o grupos más específicos y es conveniente cuando se tienen poblaciones relativamente estáticas. (Hernández *et al.*, 2006, p. 161).

Por lo tanto, esta investigación es de corte longitudinal de panel debido a que se busca recopilar datos de diferentes periodos de tiempo durante 4 años para luego poder analizar su evolución, además de observar causas, consecuencias, pros y contras de lo que sucedió con la competitividad y exportación durante nuestro tiempo de estudio.

### **2.3. Nivel de la investigación**

Los diseños no experimentales se catalogan en transaccionales y longitudinales (Hernández *et al.*, 2006, p. 154).

La investigación transversal busca la obtención de datos en un tiempo único. Tienen como finalidad explicar variables, además de realizar un análisis sobre su relación en el momento dado. (Hernández *et al.*, 2006, p. 154).

Los diseños transaccionales se categorizan en exploratorios, descriptivos y correlaciones causales (Hernández *et al.*, 2006, p. 154).

Hernández *et al.* (2006) define diseños transaccionales exploratorios como la investigación inicial en un momento determinado, con la finalidad de conocer una o un grupo de variables (p. 154).

Por otro lado, Hernández *et al.* (2006) explica que los diseños transaccionales poseen la finalidad de investigar repercusión de los niveles de la o las variables en una población, para posteriormente describirlas (p. 155).

Los diseños transaccionales correlacionales causales son definidos por Hernández *et al.* (2006) como aquellos que detallan ilaciones entre dos variables en un establecido momento, en algunos solo en correlaciones y en otras, relación causa-efecto (p. 159).

Por ende, el presente estudio es transaccional correlacional, dado que se desea medir cual es la relación entre la competitividad y la exportación, además de observar su comportamiento durante los años de investigación, en este caso desde el 2014 al 2017.

## 2.4. Variable y operacionalización

**TÍTULO:** COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGOS DE LA REGIÓN LA LIBERTAD AL MERCADO ESTADOUNIDENSE Y SU DESEMPEÑO EN EL PERIODO 2014-2017

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento de medición
Variable X  Competitividad	Porter (2013) define que “la competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, de obtener y mantener ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar su	Se ha estructurado ítems para la recolección de información a través del uso de la técnica de encuesta para así determinar la competitividad de las empresas exportadoras de espárragos ubicadas dentro de la región de La Libertad teniendo como instrumento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad</li> <li>• Ventajas competitivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Valor del producto</li> <li>✓ Logística</li> <li>✓ Estándares de control de calidad</li> <li>✓ Liderazgo de costos</li> <li>✓ Diferenciación de productos</li> </ul>	Ordinal	Cuestionario

	posicionamiento en el mercado” (p. 251).	de medición, el cuestionario de tipo Likert.		✓ Especialización (enfoque o segmentación)		
<b>Variable Y</b>  Exportación	“La exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan a un país a otro” (Ventura, 2011).	Se ha estructurado ítems para la recolección se información se empleó la técnica de la encuesta para determinar la importancia del volumen exportado, tasa de crecimiento y aranceles y Tratados de Libre Comercio en la exportación a través del instrumento de cuestionario tipo Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen exportado</li> <li>• Tasa de crecimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Volumen exportado TM a EEUU</li> <li>✓ Valor exportado FOB a EEUU</li> <li>✓ Crecimiento anual de exportaciones</li> <li>✓ Participación % EEUU en la exportación</li> </ul>	Ordinal	Cuestionario



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratados de Libre Comercio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Beneficios arancelarios</li> <li>✓ Tratado de Libre Comercio Perú – EEUU</li> <li>✓ Estándares y reglamentos para la exportación de espárragos</li> </ul>		
--	--	--	--	--	--	--

## 2.5. Población y muestra

Según Fracica (1998, citado en Bernal, 2010) señala que la población es el conglomerado de todos los elementos referidos en el estudio (p. 36).

SUNAT (2017) indica que la población está constituida por un total de 26 empresas exportadoras liberteñas de espárragos.

La muestra se define como “una fracción figurativa de la población, de tal forma que los resultados obtenidos pueden generalizarse al total de la población” (Carrasco, 2007, p. 237).

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

N= tamaño de la población

Z= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito o proporción esperada

q= probabilidad de fracaso

E= error máximo admisible en términos de proporción

Se aplicará un muestreo censal, debido a que contamos con una pequeña población que no supera a las cincuenta personas, por lo cual se establece realizar la encuesta al total de los veintiséis individuos que constituyen la población.

Según Hernández *et al.* Citado en Castro (2003), indica que “si la población es inferior a cincuenta individuos es equivalente a la muestra” (p. 69).

En el presente estudio se realizó el cuestionario a 10 empresas exportadoras liberteñas de espárragos hacia Estados Unidos, debido a factores administrativos y logísticos de las empresas.

## **2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.6.1.1. Método de análisis de datos**

Se presenta un enfoque cuantitativo, siendo la técnica a utilizar la encuesta en modalidad de cuestionario para obtener datos de forma directa y complementaria por parte de los empresarios a encuestar.

### **2.6.1.2. Instrumentos de recolección de datos**

Bernal (2010) define cuestionario como un conjunto de preguntas organizadas que son manejadas para la obtención de datos vinculados con los objetivos del estudio (p. 286).

Por lo tanto, en la presente investigación, el instrumento a aplicar será el cuestionario. El instrumento se vinculará con las dimensiones de la variable competitividad y la variable exportación y su propósito será recopilar información acerca del desempeño de las exportaciones de espárrago de las diversas empresas de la población encuestada durante el periodo 2014 al 2017.

El instrumento de esta investigación será un cuestionario modalidad escala de Likert, el cual abarca las siguientes categorías: (5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) A veces, (2) Casi nunca y (1) Nunca.

## 2.6.2. Validez y confiabilidad

### 2.6.2.1. Validez

Validez según Hernández *et al.* (2006) se define como un “grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 278).

Para validar el instrumento de la investigación se utilizará el “Juicio de Expertos”. El cuestionario presentará las dimensiones e indicadores que representan las variables competitividad y exportación. El Juicio de Expertos está constituido por tres docentes especializados en metodología de la investigación científica y/o temáticos correspondientes.

JUEZ	TOTAL
Morales Benavides Guillermo	85%
Soriano Valerio Liz	85%
Teves Espinoza Enrique	85%

### 2.6.2.2. Confiabilidad

Hernández *et al.* (2006) señalan que confiabilidad es un “grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 277).

Para medir la confiabilidad, se realizó una encuesta a 10 empresarios de diversas empresas. Al obtener los resultados, se procedió a obtener la confiabilidad mediante el SPSS, dando como resultado 0,707 de coeficiente de Alpha de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,707	,664	38

Los resultados poseen una confiabilidad aceptable, siendo absolutamente valido el instrumento, ya que es superior a 0.60, según el baremo de estimación, aceptándose dicho instrumento.

## **2.7. Aspectos éticos**

Se considera la veracidad de la información en la presente investigación, así como el respeto por la propiedad intelectual, los derechos de autor; la responsabilidad social jurídica y ética.

### **III. RESULTADOS**

### 3.1. Prueba de normalidad

Balluerka, Vergara & Arnau (2002) señalan que “Kolmogotov-Smirnov, cuando tenemos más de 50 sujetos y la prueba Shapiro-Wilk cuando es menor a 50 sujetos” (p. 46).

HE: Los datos no provienen de una distribución normal.

H0: Los datos provienen de una distribución normal.

Estadístico de prueba:

Sig. < 0.05, donde se rechaza la H0.

Sig. > 0.05, se acepta la H0.

### Coefficiente de correlación Rho de Spearman

Elorza & Medina Sandoval (como se citó en Mondragón, 2014) con el coeficiente Rho de Spearman se precisa la dependencia o independencia de dos variables (p. 100).

**Tabla 1.** Grado de relación según coeficiente de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón, 2014, basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998.

## Nivel de Significancia

Si el nivel de significancia es inferior que 0.05 se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, sin embargo, si es superior que 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Hernández, *et al.* (2010) señala que “cuando el nivel de significancia del 0.05( $p < 0.05$ ), indica que existe 5% de posibilidad de error al aceptar la hipótesis correlación; o 5% de riesgo de que se rechace una hipótesis nula cuando era verdadera” (p. 309).

### 3.2. Contrastación de la hipótesis general

- **HG:** Existe correlación entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- **H0:** No existe correlación entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

**Tabla 2**

*Coeficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Competitividad y exportación.*

Correlaciones			COMPETITIVIDAD	EXPORTACIÓN
			AD	
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	10	10
	EXPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Interpretación: Mediante el cuadro estadístico podemos observar la existencia de una correlación de 0.816 entre las variables, indicando un nivel positivo muy fuerte, la significancia 0.04 muestra que es menor a 0.05, lo que permite comprobar que la relación es significativa. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe una relación significativa y directa entre las variables competitividad se correlaciona con la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

### 3.3. Contrastación de la hipótesis específica

- **HE:** Existe correlación entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- **H0:** No existe correlación entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

**Tabla 3**

*Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Competitividad y volumen exportado.*

Correlaciones			COMPETITIVIDAD	VOLUMEN
			D	EXPORTADO
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	10	10
	VOLUMEN EXPORTADO	Coefficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Mediante el cuadro estadístico podemos observar la existencia de una correlación de 0.816 entre las variables, indicando un nivel positivo muy fuerte, la significancia 0.04 muestra que es menor a 0.05, lo que permite comprobar que la relación es significativa. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe una relación significativa y directa entre las variables, competitividad se correlaciona con el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

### 3.4. Contrastación de la hipótesis específica

- **HE:** Existe correlación entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- **H0:** No existe correlación entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

**Tabla 4**

*Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Competitividad y tasa de crecimiento.*

Correlaciones			COMPETITIVIDAD	TASA DE
			AD	CRECIMIENTO
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	10	10
	TASA DE CRECIMIENTO	Coefficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Mediante el cuadro estadístico podemos observar la existencia de una correlación de 0.816 entre las variables, indicando un nivel positivo muy fuerte, la significancia 0.04 muestra que es menor a 0.05, lo que permite comprobar que la relación es significativa. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe una relación significativa y directa entre las variables, competitividad se correlaciona con la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

### 3.5. Contratación de la hipótesis específica

- **HE:** Existe correlación entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.
- **H0:** No existe correlación entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

**Tabla 5**

*Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables: Competitividad y Tratados de Libre Comercio.*

Correlaciones				
			COMPETITIVIDAD	TRATADOS DE LIBRE COMERCIO
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	10	10
	TRATADOS DE LIBRE COMERCIO	Coefficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

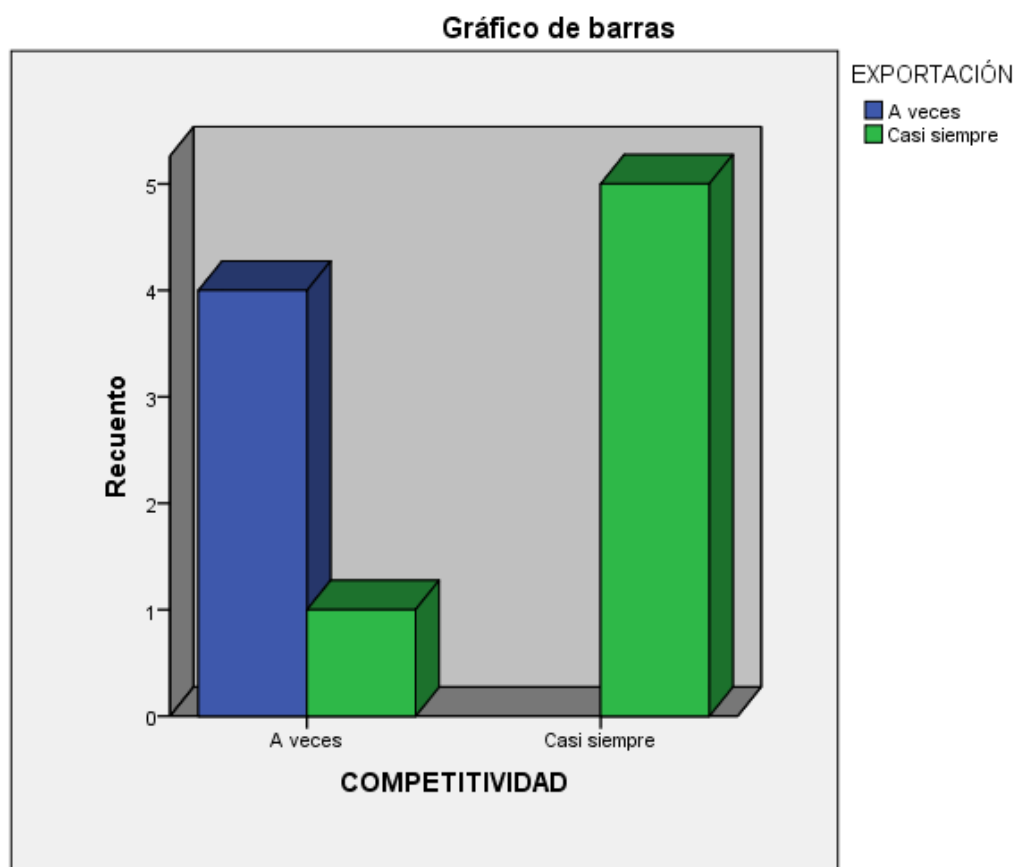
Interpretación: Mediante el cuadro estadístico podemos observar la existencia de una correlación de 0.816 entre las variables, indicando un nivel positivo muy fuerte, la significancia 0.04 muestra que es menor a 0.05, lo que permite comprobar que la relación es significativa. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe una relación significativa y directa entre las variables, competitividad se correlaciona con los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017.

### 3.6. Tablas cruzadas Competitividad-Exportación

**Tabla 6**

Tabla cruzada COMPETITIVIDAD*EXPORTACIÓN					
			EXPORTACIÓN		Total
			A veces	Casi siempre	
COMPETITIVIDAD	A veces	Recuento	4	1	5
		% del total	40,0%	10,0%	50,0%
	Casi siempre	Recuento	0	5	5
		% del total	0,0%	50,0%	50,0%
Total		Recuento	4	6	10
		% del total	40,0%	60,0%	100,0%

Interpretación: En la tabla N° 6 se percibe que de los 10 encuestados, el 50% indican que aplicando “casi siempre” la competitividad, obtendrán “casi siempre” una adecuada Exportación.

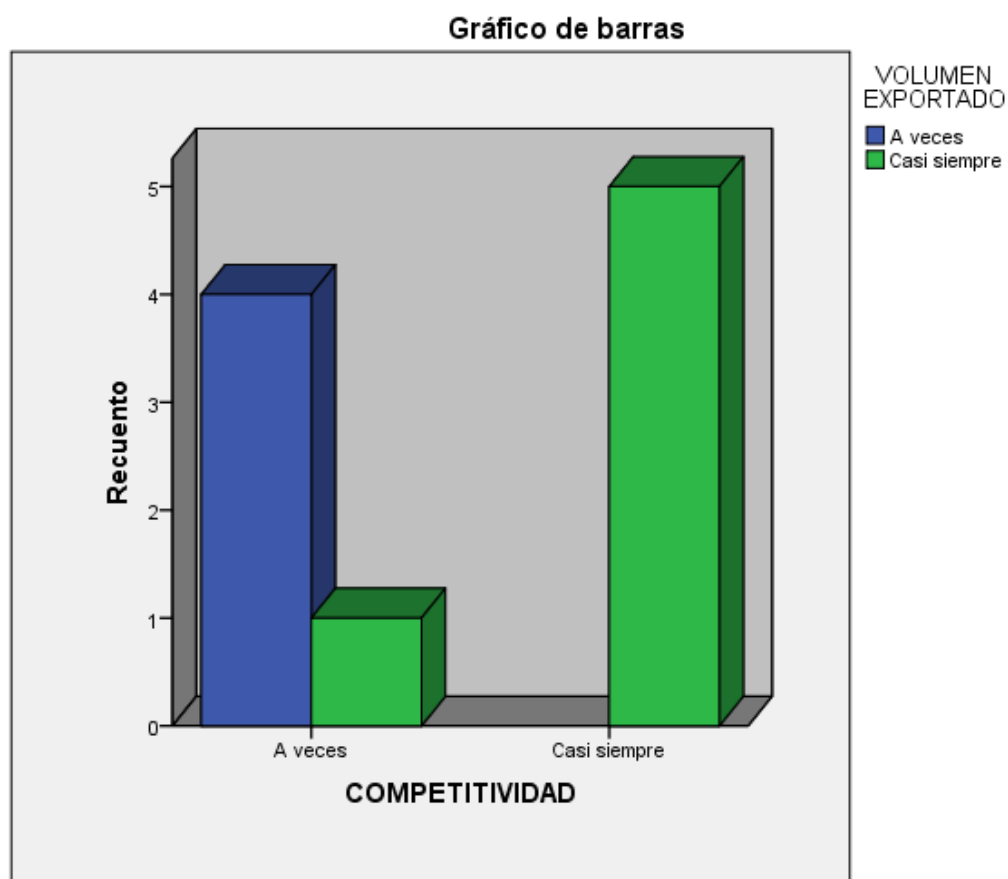


### 3.7. Tablas cruzadas Competitividad-Volumen Exportado

**Tabla 7**

Tabla cruzada COMPETITIVIDAD*VOLUMEN EXPORTADO					
			VOLUMEN EXPORTADO		Total
			A veces	Casi siempre	
COMPETITIVIDAD	A veces	Recuento	4	1	5
		% del total	40,0%	10,0%	50,0%
	Casi siempre	Recuento	0	5	5
		% del total	0,0%	50,0%	50,0%
Total		Recuento	4	6	10
		% del total	40,0%	60,0%	100,0%

Interpretación: En la tabla N° 7 podemos percibir que de los 10 encuestados, el 50% indican que aplicando “casi siempre” la competitividad, obtendrán “casi siempre” un adecuado Volumen exportado.

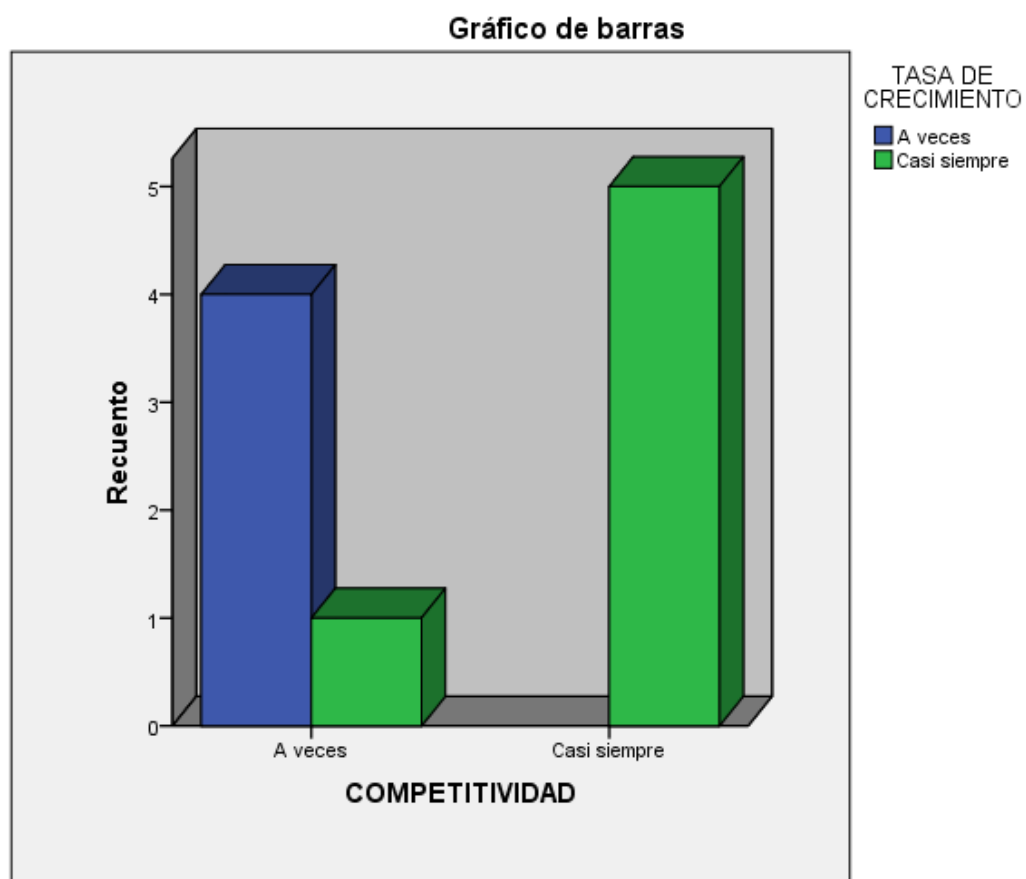


### 3.8. Tablas cruzadas Competitividad-Tasa de crecimiento

**Tabla 8**

Tabla cruzada COMPETITIVIDAD*TASA DE CRECIMIENTO					
			TASA DE CRECIMIENTO		Total
			A veces	Casi siempre	
COMPETITIVIDAD	A veces	Recuento	4	1	5
		% del total	40,0%	10,0%	50,0%
	Casi siempre	Recuento	0	5	5
		% del total	0,0%	50,0%	50,0%
Total		Recuento	4	6	10
		% del total	40,0%	60,0%	100,0%

Interpretación: En la tabla N° 8 se percibe que de los 10 encuestados, el 50% indican que aplicando “casi siempre” la competitividad, obtendrán “casi siempre” una adecuada Tasa de crecimiento.

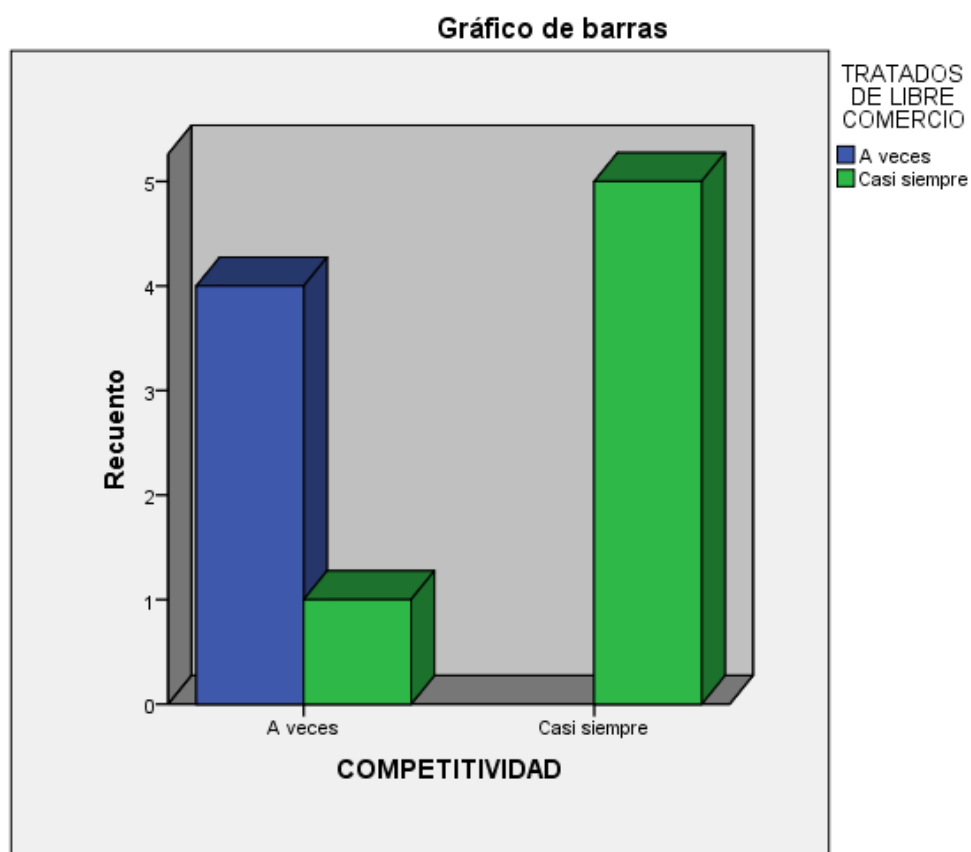


### 3.9. Tablas cruzadas Competitividad-Tratados de Libre Comercio

**Tabla 9**

Tabla cruzada COMPETITIVIDAD*TRATADOS DE LIBRE COMERCIO					
			TRATADOS DE LIBRE COMERCIO		Total
			A veces	Casi siempre	
COMPETITIVIDAD	A veces	Recuento	4	1	5
		% del total	40,0%	10,0%	50,0%
	Casi siempre	Recuento	0	5	5
		% del total	0,0%	50,0%	50,0%
Total	Recuento		4	6	10
	% del total		40,0%	60,0%	100,0%

Interpretación: En la tabla N° 9 podemos percibir que de los 10 encuestados, el 50% indican que aplicando “casi siempre” la competitividad, obtendrán “casi siempre” un adecuado Tratado de Libre Comercio.





#### **IV. DISCUSIÓN**

De acuerdo a la hipótesis general de la presente investigación, con los resultados alcanzados se determinó la existencia de correlación entre la competitividad y el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, esto se presenció a través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.816, indicando un nivel positivo muy fuerte.

Dichos resultados se relacionan con la tesis de Ríos (2004) que concluye que el mercado para realizar comercio es el de USA, ya que México produce espárrago sin poseer una clara visión comercial y porque USA lo adquiere (p. 152).

Asimismo, a través de la primera hipótesis específica de la investigación se ratifica la existencia de correlación entre la competitividad y el volumen exportado de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, el cual se evidencia a través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.816, indicando un nivel positivo muy fuerte.

Estos resultados concuerdan con Anaya (2017), obteniéndose como conclusión de que el espárrago es el principal producto agrícola de exportación no tradicional simbolizando el 27% del valor total de las exportaciones a nivel nacional (p. 44).

De igual manera, en la hipótesis específica se comprueba la existencia de correlación entre la competitividad y la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, ya que el valor de significancia fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.816, indicando un nivel positivo muy fuerte.

Este resultado coincide con la tesis de Larco (2015) la cual concluye que Perú cuenta con una ventaja competitiva respecto a otros países gracias a que posee productividad todo el año, y a las preferencias arancelarias brindadas por EEUU y Unión Europea (p. 65).

Finalmente, en la hipótesis específica, se evidencia la existencia de correlación entre la competitividad de espárragos de la región La Libertad y los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, esto se observa a través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.816, indicando un nivel positivo muy fuerte.

Este resultado se asemeja a la tesis de Alburquerque (2014) la cual concluye que se evidencia que el principal producto suplente del espárrago fresco peruano es el espárrago fresco mexicano, un aumento en el precio de México podría ocasionar que se incremente la demanda de espárragos peruanos (p. 53).

## **V. CONCLUSIONES**

- Se demostró que la competitividad se relaciona con el desempeño de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017; cumpliendo con el objetivo general de la presente investigación mediante los resultados obtenidos, concluyendo que si las empresas exportadoras de espárrago mejoran sus procesos de exportación a través de la tecnología podrán tener competitividad dentro del mercado, así como la rentabilidad de estas.
- Se demostró que la competitividad se relaciona con el volumen exportado de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017; cumpliendo con el primer objetivo específico de la presente investigación mediante los resultados obtenidos, concluyendo que, ante la caída del volumen exportado, muchas empresas perdieron competitividad dentro del mercado estadounidense respecto a nuestros competidores.
- Se demostró que la competitividad se relaciona con la tasa de crecimiento de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, cumpliendo con el segundo objetivo específico de la presente investigación mediante los resultados obtenidos, concluyendo que, una constante tasa de crecimiento aumentaría la competitividad de las empresas exportadoras de espárragos.
- Se demostró que la competitividad se relaciona con los Tratados de Libre Comercio con el mercado estadounidense en el periodo 2014-2017, cumpliendo con el tercer objetivo específico de la investigación mediante los resultados conseguidos, concluyendo que, los Tratados de Libre Comercio impulsan las exportaciones de espárragos, incrementando de esta manera la competitividad de las empresas de este rubro.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda capacitar a los productores sobre cómo implementar nuevas áreas de producción alrededor de La Libertad con ayuda de la tecnología, debido a que la desinformación sobre los nuevos procesos y actualización tecnológica, debido a que la desinformación sobre los nuevos procesos y actualización tecnológica genera una disminución en la competitividad del espárrago de la región La Libertad al mercado estadounidense. Además, los productores deben recibir apoyo e incentivos del estado para poder invertir en la ampliación de áreas de producción, ya que las exportaciones de espárrago favorecen al crecimiento económico del país y también elevan la competitividad dentro del mercado estadounidense. De esta manera se puede obtener el éxito en el desempeño de la exportación de espárragos hasta en un menor tiempo.
- Se debe realizar la implementación de nueva tecnología para poder optimizar el proceso de producción, además mejorar las condiciones logísticas y de transportes de los espárragos de la región La Libertad para que al momento de la llegada a los puertos de embarque los costos sean menores y más competitivos. De esta forma se puede realizar una mejor oferta frente a los competidores y así elevar el volumen TN de la exportación. Además, tomar medidas preventivas para casos de desastres naturales que puedan afectar la producción del espárrago ocasionando grandes pérdidas, y hasta el cierre de algunas empresas.
- Se recomienda mayor apoyo por parte del estado, en especial de PROMPERU, ya que se debería promover la cultura del consumo del espárrago a nivel nacional e internacional, dando así a conocer el espárrago peruano al mundo lo cual favorecería la competitividad de las empresas exportadoras y elevando la tasa de crecimiento ya que generaría una mayor cantidad de puestos de trabajo y una mejor infraestructura dentro de las empresas exportadoras.

- Asimismo, se recomienda mayor apoyo del estado peruano con las empresas exportadoras, ya que si bien es beneficioso el volumen que se logra comercializar a EEUU después de la firma del TLC Perú – EEUU, muchas veces se termina vendiendo el producto a menor precio del pactado en el contrato debido al riguroso control de aduanas y la falta de apoyo legal a los exportadores peruanos, generando valiosas pérdidas.



## VII. REFERENCIAS

- Abanto, M, & Puma, J. (2017). *Factores que influyeron en la disminución de las exportaciones de espárragos frescos a Estados Unidos entre los años 2012 al 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Acuerdos comerciales del Perú. (2017). Lo que debemos saber de los Acuerdos Comerciales (Algunos también llamados “TLC”). Recuperado de [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc)
- Alburqueque, M. (2014). *FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA INTERNACIONAL DEL ESPÁRRAGO FRESCO DEL PERÚ, PERIODO 1992-2013* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Anaya, R. (2017). *SITUACIÓN ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGO (Asparagus officinalis) EN EL PERÚ* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional La Agraria, Lima, Perú.
- Arias, A. (2011). *Exportación de espárrago en conserva, procesado en la provincia de Pichincha y dirigido al mercado español bajo la certificación de Comercio Justo* (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas de Quito, Quito, Ecuador.
- Banco Central de Reserva de Perú. (2011). *Glosario en términos económicos*. Recuperado de [http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosariol Glosario-BCRP.pdf](http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosariol%20Glosario-BCRP.pdf)
- Banco Central de Reserva del Perú. (2013). *Publicaciones Glosario*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/v.html>
- Balluerka, L., Vergara, A. & Arnau, J. (2002). *Diseños de Investigación Experimental en Psicología*. Madrid, España, Editorial Pearson.

Benalcázar, M & Ordóñez, R. (2012). *PLAN DE EXPORTACIÓN DEL ESPÁRRAGO Y ARVEJA CHINA, MEDIANTE UN CENTRO DE ACOPIO HACIA MADRID ESPAÑA, DE LA EMPRESA DÁVILA Y CURILLO EXPORTACIONES E IMPORTACIONES CÍA. LTDA* (Tesis de pregrado). Escuela Politécnica del Ejército del Ecuador, Quito, Ecuador.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia. Editorial Pearson.

Böttger, B. (2016). *Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos* (Tesis de pregrado). Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano, Honduras.

Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú. Editorial San Marcos.

Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas, Venezuela. Editorial Uyapal.

COMTRADE. (2017). *Principales 10 países exportadores*. Recuperado de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproduc toinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=%2085%20&pnomproducto=%20Esp%Elrrago](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproduc toinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%2085%20&pnomproducto=%20Esp%Elrrago)

Economía. (2006). *Tasa de crecimiento económico*. Recuperado de <http://www.economia48.com/spa/d/tasa-de-crecimiento-economico/tasa-de-crecimiento-economico.htm>

Estos son los principales productos de agroexportación. (26 de junio de 2015). *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/estos-son-los-10-principales-productos-de-agroexportacion-noticia-811225>

Exportación de espárragos caerá 2% este año por menores ventas en conserva y congelado. (16 de septiembre de 2015). *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/exportacion-esparragos-caera-2-ano-menores-ventas-conserva-congelado-100055>

Fracica, G. (1998). *Modelo de simulación en muestreo*. Bogotá, Colombia. Universidad de la Sabana.

García, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. España: Gamma.

González, I. (2013). *Gestión del Comercio Exterior*. Madrid, España: Esic Editorial.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Iztapalapa, México. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Investigation methodology*. New York, USA. McGraw Hill Education.

Hinkelman, E. (2002). *Dictionary of internacional trade*. New York, USA. Laxmi Publications, Ltd.

Hinkelman, E. (2011). *Diccionario Enciclopédico de Comercio Internacional* (2º Ed.). México.

Larco, Y. (2015). *Determinantes de la oferta exportable de espárrago fresco de la economía peruana: periodo 2005-2013* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

Manchego, E. (2016). *Exportación de espárragos limitada por menor producción*. Lima, Perú. Scotiabank.

Mondragón, M. (2014). *Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia*. Iberoamericana. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/281120822\\_USO\\_DE\\_LA\\_CORRELACION\\_DE\\_SPEARMAN\\_EN\\_UN\\_ESTUDIO\\_DE\\_INTERVENCION\\_EN\\_FISIOTERAPIA](https://www.researchgate.net/publication/281120822_USO_DE_LA_CORRELACION_DE_SPEARMAN_EN_UN_ESTUDIO_DE_INTERVENCION_EN_FISIOTERAPIA)

Osorio, C. (2006). *Diccionario de Comercio internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Perú: primer exportador mundial de espárragos, quinua y maca. (27 de octubre de 2015). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-primer-exportador-mundial-esparragos-quinua-maca-201974>

Porter, M. (2004). *Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Recuperado de

[https://books.google.com.pe/books/about/Competitive\\_Advantage.html?id=PpZxQgAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Competitive_Advantage.html?id=PpZxQgAACAAJ&redir_esc=y)

Porter, M. (2013). *Estrategia competitiva*. Madrid, España. Ediciones Pirámide.

Porter, M. (1989). *From competitive advantage to corporate strategy*. In *Readings in strategic management*. Recuperado de [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-20317-8\\_17](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-20317-8_17)

Porter, M. (2008). *On competition*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=zNmiOfV1XugC&printsec=frontcover%20&dq=inauthor:%22Michael+E.+Porter%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjO8\\_i%20zpMrPAhUJJR4KHfGOBTIQ6wEIPTAG#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=zNmiOfV1XugC&printsec=frontcover%20&dq=inauthor:%22Michael+E.+Porter%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjO8_i%20zpMrPAhUJJR4KHfGOBTIQ6wEIPTAG#v=onepage&q&f=false)

Porter, M. (2013). *Ser competitivo*. Lima, Perú. Deusto.

Reyes, N. (2006). *Factibilidad de empresas productora y procesadora exportadora de Espárrago verde* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Ríos, M. (2004). *Análisis de la estructura nacional e internacional de la Producción y Comercialización del Espárrago* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León, México.

SIICEX. (2017). Principales 10 países exportadores. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproducto&scriptdo=ccfpinit&pproducto=%2085%20&pnomproducto=%20Esp%E1rrago>

SUNAT. (2017). *Empresas exportadoras*. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=216.17100#anclafecha>

Ventura, S. (2010). *Logística Internacional*. Recuperado de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-55 internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

## **VIII. ANEXOS**

- **Anexo 1 – Instrumentos**

**ENCUESTA SOBRE COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGOS DE LA REGIÓN  
LA LIBERTAD AL MERCADO ESTADOUNIDENSE Y SU DESEMPEÑO EN EL PERIODO 2014-2017**

**Nombre:**

**Empresa:**

**Cargo:**

**INSTRUCCIONES:**

Lea cuidadosamente y marque con un aspa (x), solo una alternativa según la siguiente leyenda.

Siempre (S) – Casi Siempre (CS) – A veces (AV) – Casi Nunca (CN) – Nunca (N)

ENCUESTA						
VARIABLE: COMPETITIVIDAD		ESCALA				
Dimensión: Productividad		S	CS	AV	CN	N
1.	¿Considera usted que el valor del producto es lo que le permite a su empresa tener competitividad dentro del mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
2.	¿Cree usted que la inestabilidad climática ha afectado la producción elevando el valor de su producto?	S	CS	AV	CN	N
3.	¿Cree usted que la producción de espárrago en la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
4.	¿Considera usted que las mejoras en la logística dentro de su empresa favorecen el tiempo de entrega de las exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
5.	¿Cree usted que el uso del transporte aéreo es el más adecuado a utilizar en sus exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
6.	¿Cree usted que el transporte aéreo eleva sus costos logísticos en sus exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
7.	¿Considera usted que el tiempo de transporte marítimo disminuye la calidad de sus espárragos?	S	CS	AV	CN	N
8.	¿Utiliza usted los estándares de calidad adecuados para la exportación de espárragos al mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
9.	¿Considera usted que la calidad de sus espárragos afecta su cantidad exportada?	S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Ventajas competitivas						
10.	¿Hace uso de la implementación de nueva tecnología dentro de su empresa para obtener el liderazgo en costos?	S	CS	AV	CN	N
11.	¿Realiza usted innovaciones tecnológicas en sus procesos productivos para obtener una reducción de sus costos?	S	CS	AV	CN	N
12.	¿Incrementa anualmente sus recursos destinados a la renovación e implementación de equipos dentro de su empresa?	S	CS	AV	CN	N
13.	¿Considera usted que la calidad y sabor son factores importantes de diferenciación de espárragos en el mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
14.	¿Considera usted que el mercado estadounidense es rentable para las exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
15.	¿Considera usted que el mercado estadounidense brinda mayores facilidades para las exportaciones de espárragos que el mercado europeo?	S	CS	AV	CN	N

VARIABLE: EXPORTACIÓN						
Dimensión: Volumen exportado						
16.	¿Considera usted que el espárrago producido por la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda del volumen TM al mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
17.	¿Considera usted que una mayor promoción por parte de PROMPERU favorecería su volumen de exportación de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
18.	¿Cree usted que de incrementarse sus zonas de cultivo en la región La Libertad podrían elevarse su volumen de sus exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
19.	¿Cree usted que el aumento en el valor exportado de los últimos años ha contribuido al crecimiento de su empresa?	S	CS	AV	CN	N
20.	¿Su empresa toma medidas de prevención ante desastres naturales que amenacen con dañar el volumen TN de espárragos a exportar?	S	CS	AV	CN	N
21.	¿Cree usted que una disminución en el volumen TN de exportación de espárragos favorece a los competidores?	S	CS	AV	CN	N
22.	¿Cree usted que la estacionalidad del espárrago en la región La Libertad favorece el volumen TN de sus exportaciones hacia EEUU?	S	CS	AV	CN	N
23.	¿Cree usted que con la aplicación de nueva tecnología en sus procesos productivos su empresa podría elevar el volumen TM en la exportación de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Tasa de crecimiento						
24.	¿Cree usted que una disminución en las exportaciones afecta el posicionamiento de su empresa en el mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
25.	¿Considera usted que una baja en las exportaciones de espárragos afecta la tasa de empleo dentro de su empresa?	S	CS	AV	CN	N
26.	¿Cree usted que las transformaciones estructurales se han visto afectadas debido a la disminución de las exportaciones de espárragos dentro de su empresa?	S	CS	AV	CN	N
27.	¿Cree usted que la desaceleración económica nacional afecta directamente sus exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
28.	¿Cree usted que se ha obtenido un crecimiento anual en las exportaciones de espárrago durante el periodo 2014-2017?	S	CS	AV	CN	N
29.	¿Cree usted que el volumen exportado de su empresa tiene un impacto sobre la participación porcentual de exportación de espárrago?	S	CS	AV	CN	N
30.	¿Cree usted que el porcentaje de la participación proveniente de la exportación de espárrago se ha incrementado con respecto a años anteriores?	S	CS	AV	CN	N
31.	¿Considera que su empresa requiere un cambio en la organización para obtener una mayor participación en las exportaciones de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Tratados de Libre Comercio						
32.	¿Su empresa cumple con los reglamentos y legislaciones establecidas para el ingreso de espárrago al mercado estadounidense?	S	CS	AV	CN	N
33.	¿Cree usted que a partir de la entrada en vigencia del TLC Perú – EEUU el sistema de despacho aduanero favorece y facilita las exportaciones de espárrago?	S	CS	AV	CN	N
34.	¿Cree usted que el TLC Perú – EEUU promueve el crecimiento de las empresas micro exportadoras de espárragos?	S	CS	AV	CN	N
35.	¿Cree usted que su empresa ha obtenido un incremento en la demanda de espárragos después de haber entrado en vigencia el TLC Perú – EEUU?	S	CS	AV	CN	N
36.	¿Cree usted que a partir de la entrada en vigencia del TLC se ha mejorado las relaciones y el flujo comercial entre Perú y EEUU?	S	CS	AV	CN	N
37.	¿Considera usted que sus costos logísticos se han reducido al haber entrado en vigencia el TLC Perú – EEUU?	S	CS	AV	CN	N
38.	¿Considera usted que su empresa ha tenido un aumento en la demanda de espárragos a partir de la aplicación de la desgravación arancelaria?	S	CS	AV	CN	N

*Gracias por completar el cuestionario.*



• Anexo 2 – Validación de expertos de instrumentos

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Clandad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
<b>DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD</b>											
1	El valor del producto es lo que le permite a su empresa tener competitividad dentro del mercado estadounidense.										
2	La inestabilidad climática ha afectado la producción elevando el valor de su producto.										
3	La producción de espárrago en la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda estadounidense.										
4	Las mejoras en la logística dentro de su empresa favorecen el tiempo de entrega de las exportaciones de espárragos.										
5	El uso del transporte aéreo es el más adecuado a utilizar en sus exportaciones de espárragos.										
6	El transporte aéreo eleva sus costos logísticos en sus exportaciones de espárragos.										
7	El tiempo de transporte marítimo disminuye la calidad de sus espárragos.										
8	Los estándares de calidad adecuados para la exportación de espárragos al mercado estadounidense.										
9	La calidad de sus espárragos afecta su cantidad exportada.										
<b>DIMENSIÓN 2: VENTAJAS COMPETITIVAS</b>											
10	Hace uso de la implementación de nueva tecnología dentro de su empresa para obtener el liderazgo en costos.										
11	Realiza innovaciones tecnológicas en sus procesos productivos para obtener una reducción de sus costos.										
12	Incrementa anualmente sus recursos destinados a la renovación e implementación de equipos dentro de su empresa.										
13	La calidad y sabor son factores importantes de diferenciación de espárragos en el mercado estadounidense.										
14	El mercado estadounidense es rentable para las exportaciones de espárragos.										
15	El mercado estadounidense brinda mayores facilidades para las exportaciones de espárragos que el mercado europeo.										
<b>Observaciones:</b>											

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable** [ ☒ ]    **Aplicable después de corregir** [ ☐ ]    **No aplicable** [ ☐ ]

**Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg:** ..... *Guillermo Morales Benavides* ..... **DNI:** ..... *46760104* .....

**Especialidad del validador:** .....

**11 de Julio del 2018**

*[Firma]*  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Clandad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD											
1	El valor del producto es lo que le permite a su empresa tener competitividad dentro del mercado estadounidense.										
2	La inestabilidad climática ha afectado la producción elevando el valor de su producto.										
3	La producción de espárrago en la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda estadounidense.										
4	Las mejoras en la logística dentro de su empresa favorecen el tiempo de entrega de las exportaciones de espárragos.										
5	El uso del transporte aéreo es el más adecuado a utilizar en sus exportaciones de espárragos.										
6	El transporte aéreo eleva sus costos logísticos en sus exportaciones de espárragos.										
7	El tiempo de transporte marítimo disminuye la calidad de sus espárragos.										
8	Los estándares de calidad adecuados para la exportación de espárragos al mercado estadounidense.										
9	La calidad de sus espárragos afecta su cantidad exportada.										
DIMENSIÓN 2: VENTAJAS COMPETITIVAS											
10	Hace uso de la implementación de nueva tecnología dentro de su empresa para obtener el liderazgo en costos.										
11	Realiza innovaciones tecnológicas en sus procesos productivos para obtener una reducción de sus costos.										
12	Incrementa anualmente sus recursos destinados a la renovación e implementación de equipos dentro de su empresa.										
13	La calidad y sabor son factores importantes de diferenciación de espárragos en el mercado estadounidense.										
14	El mercado estadounidense es rentable para las exportaciones de espárragos.										
15	El mercado estadounidense brinda mayores facilidades para las exportaciones de espárragos que el mercado europeo.										

## Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ No aplicable [ ]

Aplicable después de corregir [ ]


No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg.) ENRIQUE TEJES ESPINOZA DNI: 08393468

Especialidad del validador: TANATOLÓGICO 11 de Julio del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad



Observaciones:

No applicable [ ]

DNI: 4476665

# Integración Económica

11 de Julio del 2018

**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

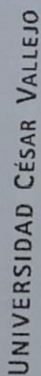
**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Firma del Experto Informante.**  
**Especialidad**



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide exportación

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	<b>DIMENSIÓN 1: VOLUMEN EXPORTADO</b>										
16	El espárrago producido por la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda del volumen TM al mercado estadounidense.										
17	Una mayor promoción por parte de PROMPERU favorecería su volumen de exportación de espárragos.										
18	Al incrementarse sus zonas de cultivo en la región La Libertad podrían elevarse su volumen de sus exportaciones de espárragos.										
19	El aumento en el valor exportado de los últimos años ha contribuido al crecimiento de su empresa.										
20	Su empresa toma medidas de prevención ante desastres naturales que amenacen con dañar el volumen TN de espárragos a exportar.										
21	Una disminución en el volumen TN de exportación de espárragos favorece a los competidores.										
22	La estacionalidad del espárrago en la región La Libertad favorece el volumen TN de sus exportaciones hacia EEUU.										
23	La aplicación de nueva tecnología en sus procesos productivos su empresa podría elevar el volumen TM en la exportación de espárragos.										
	<b>DIMENSIÓN 2: TASA DE CRECIMIENTO</b>										
24	Una disminución en las exportaciones afecta el posicionamiento de su empresa en el mercado estadounidense.										
25	Una baja en las exportaciones de espárragos afecta la tasa de empleo dentro de su empresa.										
26	Las transformaciones estructurales se han visto afectadas debido a la disminución de las exportaciones de espárragos dentro de su empresa.										
27	La desaceleración económica nacional afecta directamente sus exportaciones de espárragos.										
28	Se ha obtenido un crecimiento anual en las exportaciones de espárrago durante el periodo 2014-2017.										
29	El volumen exportado de su empresa tiene un impacto sobre la participación porcentual de exportación de espárrago.										
30	El porcentaje de la participación proveniente de la exportación de espárrago se ha incrementado con respecto a años anteriores.										
31	Su empresa requiere un cambio en la organización para obtener una mayor participación en las exportaciones de espárragos.										
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>										<b>Sugerencias</b>
	<b>DIMENSIÓN 3: TRATADOS DE LIBRE COMERCIO</b>										
32	Su empresa cumple con los reglamentos y legislaciones establecidas para el ingreso de espárrago al mercado estadounidense.										
33	A partir de la entrada en vigencia del TLC Perú – EEUU el sistema de despacho aduanero favorece y facilita las exportaciones de espárrago.										
34	El TLC Perú – EEUU promueve el crecimiento de las empresas micro exportadoras de espárragos.										
35	Su empresa ha obtenido un incremento en la demanda de espárragos después de haber entrado en vigencia el TLC Perú – EEUU.										
36	La entrada en vigencia del TLC ha mejorado las relaciones y el flujo comercial entre Perú y EEUU.										
37	Sus costos logísticos se han reducido al haber entrado en vigencia el TLC Perú –										

[illegible]

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:	Aplicable <input checked="" type="checkbox"/>	Aplicable después de corregir <input type="checkbox"/>	No aplicable <input type="checkbox"/>

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg. ENRIQUE TEVES ESPINOZA

Especialidad del validador: ..... TOMATICO

11 de Julio del 2018

**‘Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
**‘Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
**‘Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Entrepreneur

**Firma del Experto Informante.**  
**Especialidad**



- Anexo 3 – Matriz de Consistencia

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INDICE
Productividad	Valor de producto	1. El valor del producto es lo que le permite a su empresa tener competitividad dentro del mercado estadounidense.	Siempre(5)
		2. La inestabilidad climática ha afectado la producción elevando el valor de su producto.	Casi siempre(4)
		3. La producción de espárrago en la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda estadounidense.	A veces(3)
	Logística	4. Las mejoras en la logística dentro de su empresa favorecen el tiempo de entrega de las exportaciones de espárragos.	Casi nunca(2)
		5. El uso del transporte aéreo es el más adecuado a utilizar en sus exportaciones de espárragos.	Nunca(1)
		6. El transporte aéreo eleva sus costos logísticos en sus exportaciones de espárragos.	
		7. El tiempo de transporte marítimo disminuye la calidad de sus espárragos.	
	Estándares de control de calidad	8. Los estándares de calidad adecuados para la exportación de espárragos al mercado estadounidense.	

		9. La calidad de sus espárragos afecta su cantidad exportada.	
Ventajas competitivas	Liderazgo de costos	10. Hace uso de la implementación de nueva tecnología dentro de su empresa para obtener el liderazgo en costos.	
		11. Realiza innovaciones tecnológicas en sus procesos productivos para obtener una reducción de sus costos.	
	Diferenciación de productos	12. Incrementa anualmente sus recursos destinados a la renovación e implementación de equipos dentro de su empresa.	
		13. La calidad y sabor son factores importantes de diferenciación de espárragos en el mercado estadounidense.	
	Especialización (enfoque o segmentación)	14. El mercado estadounidense es rentable para las exportaciones de espárragos.	
		15. El mercado estadounidense brinda mayores facilidades para las exportaciones de espárragos que el mercado europeo.	

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INDICE
Volumen exportado	Volumen exportado TN a EEUU	16. El espárrago producido por la región La Libertad es suficiente para cubrir la demanda del volumen TN al mercado estadounidense.	Siempre(5)
		17. Una mayor promoción por parte de PROMPERU favorecería su volumen de exportación de espárragos.	Casi siempre(4)
		18. Al incrementarse sus zonas de cultivo en la región La Libertad podrían elevarse su volumen de sus exportaciones de espárragos.	A veces(3)
		19. El aumento en el valor exportado de los últimos años ha contribuido al crecimiento de su empresa.	Casi nunca(2)
		20. Su empresa toma medidas de prevención ante desastres naturales que amenacen con dañar el volumen TN de espárragos a exportar.	Nunca(1)
		21. Una disminución en el volumen TN de exportación de espárragos favorece a los competidores.	
		22. La estacionalidad del espárrago en la región La Libertad favorece el volumen TN de sus exportaciones hacia EEUU.	
	Valor exportado a EEUU	23. La aplicación de nueva tecnología en sus procesos productivos su empresa podría elevar el volumen TM en la exportación de espárragos.	




Tasa de crecimiento	Crecimiento anual de exportaciones	24. Una disminución en las exportaciones afecta el posicionamiento de su empresa en el mercado estadounidense.
		25. Una baja en las exportaciones de espárragos afecta la tasa de empleo dentro de su empresa.
		26. Las transformaciones estructurales se han visto afectadas debido a la disminución de las exportaciones de espárragos dentro de su empresa.
		27. La desaceleración económica nacional afecta directamente sus exportaciones de espárragos.
		28. Se ha obtenido un crecimiento anual en las exportaciones de espárrago durante el periodo 2014-2017.
	Participación % EEUU en la exportación	29. El volumen exportado de su empresa tiene un impacto sobre la participación porcentual de exportación de espárrago.
		30. El porcentaje de la participación proveniente de la exportación de espárrago se ha incrementado con respecto a años anteriores.
		31. Su empresa requiere un cambio en la organización para obtener una mayor participación en las exportaciones de espárragos.
Tratados de Libre Comercio	Beneficios arancelarios	32. Su empresa cumple con los reglamentos y legislaciones establecidas para el ingreso de espárrago al mercado estadounidense.
	Tratado de Libre Comercio Perú – EEUU	33. A partir de la entrada en vigencia del TLC Perú – EEUU el sistema de despacho aduanero favorece y facilita las exportaciones de espárrago.

		34. El TLC Perú – EEUU promueve el crecimiento de las empresas micro exportadoras de espárragos.	
		35. Su empresa ha obtenido un incremento en la demanda de espárragos después de haber entrado en vigencia el TLC Perú – EEUU.	
		36. La entrada en vigencia del TLC ha mejorado las relaciones y el flujo comercial entre Perú y EEUU.	
	Estándares y reglamentos para la exportación de espárragos	37. Sus costos logísticos se han reducido al haber entrado en vigencia el TLC Perú – EEUU.	
		38. Su empresa ha tenido un aumento en la demanda de espárragos a partir de la aplicación de la desgravación arancelaria.	

- Anexo 4 – Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&p=1173390228&u=1063415165&s=1

feedback studio Competitividad de la exportación de espárragos -- /0 < 3 de 13 > ?



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**


"Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017"

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORAS:**  
Samanez Félix, Paola Gloria  
Zorogastún León, Joyce

**ASESOR:**  
Mgtr. Enrique Teves Espinoza



**Resumen de coincidencias** X

**25 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

**Coincidencias**

1	Entregado a Universida...	9 %	>
2	repositorio.uov.edu.pe	9 %	>
3	docplayer.es	1 %	>
4	dspace.unitru.edu.pe	1 %	>
5	issuu.com	1 %	>
6	bdigital.zamorano.edu	1 %	>
7	Entregado a Pontificia ...	<1 %	>

Página: 1 de 47 Número de palabras: 9470 Text-only Report Turnitin Classic High Resolution Activado

- **Anexo 5 – Evidencias**

Visita a la empresa INCA VERDE DEL PERÚ S.A.C.



Visita a la empresa PAIJAN BEST S.A.C.





Visita a la empresa SOL Y PAMPA S.A.C.



Visita a la empresa VIVADIS PERÚ S.A.C.



Visita a la empresa GREEN SAKURA E.I.R.L.



Visita a la empresa AGROEXPORTACIONES NATHANAEL S.A.C.





Visita a la empresa AGROEXPORTACIONES PERU FOODS S.A.C.



Visita a la empresa AGRO LAS DUNAS E.I.R.L.



Visita a la empresa REOPA



Visita a la empresa FRESH EXPORT LA ARENITA S.A.C.





- **Anexo 6 – Recursos y presupuestos**

## **Recursos**

Los recursos empleados para la presente investigación son los siguientes:

- Copias e impresiones
- Anillados y CDs

## **Presupuesto**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Copias	150	S/. 0.10	S/. 15.00
Impresiones	300	S/. 0.20	S/. 60.00
Anillados	6	S/. 2.50	S/. 10.00
CDs	1	S/. 2.00	S/. 2.00
Pasajes y viáticos	25	S/. 15.00	S/. 375.00
Viajes Lima - Trujillo	2	S/. 400.00	S/. 800.00
		<b>Total</b>	<b>S/. 1262.00</b>

## **Financiamiento**

Para llevar a cabo la investigación se obtuvo un gasto aproximado de 1262 nuevos soles, gasto que fue financiado en su totalidad por las investigadoras.

- **Anexo 7 – Acta de aprobación de originalidad de tesis**

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Enrique Abel Teves Espinoza, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Carrera Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Sede Lima Este, revisor de la tesis titulada "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017", de la estudiante Samanez Félix, Paola Gloria, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 12 de diciembre de 2018

  
 .....  
 Firma



Enrique Abel Teves Espinoza

DNI: 08393468

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, Enrique Abel Teves Espinoza, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Carrera Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Sede Lima Este, revisor de la tesis titulada "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017", de la estudiante Zorogastúa León, Joyce, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 12 de diciembre de 2018

Firma




Enrique Abel Teves Espinoza

DNI: 08393468

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

• Anexo 8 – Autorización de publicación de tesis

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS          EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo Paola Gloria Samanez Félix, identificado con DNI No 40535858, egresado de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo ☒ , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

  
 FIRMA

DNI: 40535858

FECHA: 12 de diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS  
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo Joyce Zorogastúa León, identificado con DNI No 70292694, egresado de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo ☒ , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Competitividad de la exportación de espárragos de la región La Libertad al mercado estadounidense y su desempeño en el periodo 2014-2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 70292694

FECHA: 12 de diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

- **Anexo 9 – Autorización de versión final del trabajo de investigación**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN Mg.  
ENRIQUE ABEL TEVES ESPINOZA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SAMANEZ FELIX, PAOLA GLORIA

INFORME TÍTULADO:

COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGOS DE LA REGIÓN LA LIBERTAD AL MERCADO  
ESTADOUNIDENSE Y SU DESEMPEÑO EN EL PERIODO 2014-2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 06/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15 (Quince)

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN







# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN Mg.  
ENRIQUE ABEL TEVES ESPINOZA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ZOROGASTÚA LEÓN, JOYCE

INFORME TÍTULADO:

COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGOS DE LA REGIÓN LA LIBERTAD AL MERCADO  
ESTADOUNIDENSE Y SU DESEMPEÑO EN EL PERIODO 2014-2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 06/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15 (Quince)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN